

1. Teil: 1 Das Marketing-Konzept

Lösungshinweise zu den Wiederholungsfragen und -aufgaben auf S. 12

Lösungshinweise: Korrekt beantwortet:		Eigene Lösungshinweise:		
F1:	S. 4-5	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> zum Teil	<input type="checkbox"/> nein
F2:	S. 1-2	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> zum Teil	<input type="checkbox"/> nein
F3:	S. 4-5	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> zum Teil	<input type="checkbox"/> nein
F4:	S. 6	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> zum Teil	<input type="checkbox"/> nein
F5:	S. 6-9	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> zum Teil	<input type="checkbox"/> nein
F6:	S. 9-12	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> zum Teil	<input type="checkbox"/> nein

F = Frage S = Lösungsseiten



Matthias Sander
Marketing-Management
Märkte, Marktforschung und Marktbearbeitung

2. Auflage 2011
ISBN: 9783825282516
UTB 8251

1. Teil: 2 Charakterisierung des Marketing-Management

Lösungshinweise zu den Wiederholungsfragen und -aufgaben auf S. 17

Lösungshinweise: Korrekt beantwortet:		Eigene Lösungshinweise:	
F1:	S. 13	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> zum Teil <input type="checkbox"/> nein
F2:	S. 13-15	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> zum Teil <input type="checkbox"/> nein
F3:	S. 15-17	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> zum Teil <input type="checkbox"/> nein

F = Frage S = Lösungsseiten



Matthias Sander
Marketing-Management
Märkte, Marktforschung und Marktbearbeitung

2. Auflage 2011
ISBN: 9783825282516
UTB 8251

2. Teil: 1 Charakterisierung und Arten von Märkten

Lösungshinweise zu den Wiederholungsfragen und -aufgaben auf S. 37

Lösungshinweise: Korrekt beantwortet:		Eigene Lösungshinweise:		
F1:	S. 21	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> zum Teil	<input type="checkbox"/> nein
F2:	S. 22	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> zum Teil	<input type="checkbox"/> nein
F3:	S. 21-24	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> zum Teil	<input type="checkbox"/> nein
F4:	S. 24-26	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> zum Teil	<input type="checkbox"/> nein
F5:	S. 26-30	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> zum Teil	<input type="checkbox"/> nein
F6:	S. 31-37	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> zum Teil	<input type="checkbox"/> nein

F = Frage S = Lösungsseiten



Matthias Sander
Marketing-Management
Märkte, Marktforschung und Marktbearbeitung

2. Auflage 2011
ISBN: 9783825282516
UTB 8251

2. Teil: 2 Verhalten von Marktteilnehmern

Lösungshinweise zu den Wiederholungsfragen und -aufgaben auf S. 146 f.

Lösungshinweise: Korrekt beantwortet:		Eigene Lösungshinweise:
F1:	S. 42	<input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> zum Teil <input type="checkbox"/> nein
F2:	S. 43	<input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> zum Teil <input type="checkbox"/> nein
F3:	S. 45-53	<input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> zum Teil <input type="checkbox"/> nein
F4:	S. 54-55	<input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> zum Teil <input type="checkbox"/> nein
F5:	S. 56-58	<input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> zum Teil <input type="checkbox"/> nein
F6:	S. 59-70	<input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> zum Teil <input type="checkbox"/> nein
F7:	S. 70-83	<input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> zum Teil <input type="checkbox"/> nein
F8:	S. 83-89	<input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> zum Teil <input type="checkbox"/> nein
F9:	S. 91-96	<input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> zum Teil <input type="checkbox"/> nein
F10:	S. 96-99	<input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> zum Teil <input type="checkbox"/> nein
F11:	S. 111-112	<input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> zum Teil <input type="checkbox"/> nein
F12:	S. 112-119	<input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> zum Teil <input type="checkbox"/> nein
F14:	S. 130	<input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> zum Teil <input type="checkbox"/> nein
F15:	S. 133-134	<input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> zum Teil <input type="checkbox"/> nein
F16:	S. 137	<input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> zum Teil <input type="checkbox"/> nein

Lösungshinweise: Korrekt beantwortet: Eigene Lösungshinweise:

F17: S. 140-142 ja zum Teil nein

F18: S. 141-143 ja zum Teil nein

F19: S. 143-145 ja zum Teil nein

F20: S. 146 ja zum Teil nein

F = Frage S = Lösungsseiten



Matthias Sander
Marketing-Management
Märkte, Marktforschung und Marktbearbeitung

2. Auflage 2011
ISBN: 9783825282516
UTB 8251

2. Teil: 3 Marktinformationen

Lösungshinweise zu den Wiederholungsfragen und -aufgaben auf S. 295 f.

Lösungshinweise: Korrekt beantwortet:		Eigene Lösungshinweise:		
F1:	S. 150	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> zum Teil	<input type="checkbox"/> nein
F2:	S. 150-154	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> zum Teil	<input type="checkbox"/> nein
F3:	S. 156	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> zum Teil	<input type="checkbox"/> nein
F4:	S. 158-160	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> zum Teil	<input type="checkbox"/> nein
F5:	S. 162-168	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> zum Teil	<input type="checkbox"/> nein
F6:	S. 173-174	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> zum Teil	<input type="checkbox"/> nein
F7:	S. 176-178	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> zum Teil	<input type="checkbox"/> nein
F8:	S. 179-183	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> zum Teil	<input type="checkbox"/> nein
F9:	S. 185-186	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> zum Teil	<input type="checkbox"/> nein
F10:	S. 187-188	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> zum Teil	<input type="checkbox"/> nein
F11:	S. 187-190	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> zum Teil	<input type="checkbox"/> nein
F12:	S. 191	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> zum Teil	<input type="checkbox"/> nein
F13:	S. 194	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> zum Teil	<input type="checkbox"/> nein
F14:	S. 196-200	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> zum Teil	<input type="checkbox"/> nein
F15:	S. 203-207	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> zum Teil	<input type="checkbox"/> nein

Lösungshinweise: Korrekt beantwortet: **Eigene Lösungshinweise:**

F16: S. 209-217 ja zum Teil nein

F17: S. 217-223 ja zum Teil nein

F18: S. 242-245 ja zum Teil nein

F19: S. 245-254 ja zum Teil nein

F20: S. 252-254 ja zum Teil nein

F21: S. 255-257 ja zum Teil nein

F22: S. 258-260 ja zum Teil nein

F23: S. 261-263 ja zum Teil nein

F24: S. 263-264 ja zum Teil nein

F25: S. 266-276 ja zum Teil nein

F26: S. 282-286 ja zum Teil nein

F27: S. 288-292 ja zum Teil nein

F28: S. 293-294 ja zum Teil nein

F = Frage

S = Lösungsseiten



Matthias Sander
Marketing-Management
Märkte, Marktforschung und Marktbearbeitung

2. Auflage 2011
ISBN: 9783825282516
UTB 8251

3. Teil: 1 Strategische Marketing-Planung

Lösungshinweise zu den Wiederholungsfragen und -aufgaben auf S. 361

Lösungshinweise: Korrekt beantwortet: Eigene Lösungshinweise:F1: S. 303 ja zum Teil neinF2: S. 304-308 ja zum Teil neinF3: S. 308-311 ja zum Teil neinF4: S. 317 ja zum Teil neinF5: S. 318-320 ja zum Teil neinF6: S. 320-327 ja zum Teil neinF7: S. 328-331 ja zum Teil neinF8: S. 332-334 ja zum Teil neinF9: S. 334-336 ja zum Teil neinF10: S. 337-338 ja zum Teil neinF11: S. 338-340 ja zum Teil neinF12: S. 343-345 ja zum Teil neinF13: S. 345-347 ja zum Teil neinF14: S. 348-349 ja zum Teil neinF15: S. 350-351 ja zum Teil nein

Lösungshinweise: Korrekt beantwortet: **Eigene Lösungshinweise:**

F16: S. 351-359 ja zum Teil nein

F17: S. 359-360 ja zum Teil nein

F = Frage S = Lösungsseiten



Matthias Sander
Marketing-Management
Märkte, Marktforschung und Marktbearbeitung

2. Auflage 2011
ISBN: 9783825282516
UTB 8251

3. Teil: 2 Planung des Marketing-Instrumente-Einsatzes

Lösungshinweise zu den Wiederholungsfragen und -aufgaben auf S. 755 ff.

Produktpolitik

Lösungshinweise: Korrekt beantwortet:		Eigene Lösungshinweise:		
F1:	S. 364-367	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> zum Teil	<input type="checkbox"/> nein
F2:	S. 366-369	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> zum Teil	<input type="checkbox"/> nein
F3:	S. 370-372	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> zum Teil	<input type="checkbox"/> nein
F4:	S. 373-375	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> zum Teil	<input type="checkbox"/> nein
F5:	S. 376-378	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> zum Teil	<input type="checkbox"/> nein
F6:	S. 380-381	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> zum Teil	<input type="checkbox"/> nein
F7:	S. 382-387	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> zum Teil	<input type="checkbox"/> nein
F8:	S. 388-392	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> zum Teil	<input type="checkbox"/> nein
F9:	S. 392-393	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> zum Teil	<input type="checkbox"/> nein
F10:	S. 393-398	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> zum Teil	<input type="checkbox"/> nein
F11:	S. 399	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> zum Teil	<input type="checkbox"/> nein
F12:	S. 399-403	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> zum Teil	<input type="checkbox"/> nein
F13:	S. 404-405	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> zum Teil	<input type="checkbox"/> nein
F14:	S. 406-408	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> zum Teil	<input type="checkbox"/> nein

Lösungshinweise: Korrekt beantwortet: **Eigene Lösungshinweise:**

F15: S. 408-413 ja zum Teil nein

F16: S. 413-415 ja zum Teil nein

F17: S. 416-418 ja zum Teil nein

F18: S. 419-427 ja zum Teil nein

F19: S. 427-432 ja zum Teil nein

F20: S. 434-435 ja zum Teil nein

F21: S. 438-439 ja zum Teil nein

F22: S. 439-441 ja zum Teil nein

F23: S. 446-453 ja zum Teil nein

F = Frage S = Lösungsseiten



Matthias Sander
Marketing-Management
Märkte, Marktforschung und Marktbearbeitung

2. Auflage 2011
ISBN: 9783825282516
UTB 8251

Kontrahierungspolitik

Lösungshinweise: Korrekt beantwortet:		Eigene Lösungshinweise:
F1:	S. 453 <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> zum Teil <input type="checkbox"/> nein	
F2:	S. 454-455 <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> zum Teil <input type="checkbox"/> nein	
F3:	S. 457-461 <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> zum Teil <input type="checkbox"/> nein	
F4:	S. 462-464 <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> zum Teil <input type="checkbox"/> nein	
F5:	S. 465-469 <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> zum Teil <input type="checkbox"/> nein	
F6:	S. 469-472 <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> zum Teil <input type="checkbox"/> nein	
F7:	S. 473-475 <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> zum Teil <input type="checkbox"/> nein	
F8:	S. 476-479 <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> zum Teil <input type="checkbox"/> nein	
F9:	S. 480-481 <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> zum Teil <input type="checkbox"/> nein	
F10:	S. 483-488 <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> zum Teil <input type="checkbox"/> nein	
F11:	S. 488 <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> zum Teil <input type="checkbox"/> nein	
F12:	S. 491-494 <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> zum Teil <input type="checkbox"/> nein	
F13:	S. 495-497 <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> zum Teil <input type="checkbox"/> nein	
F14:	S. 497-501 <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> zum Teil <input type="checkbox"/> nein	
F15:	S. 502-503 <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> zum Teil <input type="checkbox"/> nein	

Lösungshinweise: Korrekt beantwortet: **Eigene Lösungshinweise:**

F16: S. 508 ja zum Teil nein

F17: S. 515-518 ja zum Teil nein

F18: S. 518-520 ja zum Teil nein

F19: S. 525-526 ja zum Teil nein

F20: S. 527-528 ja zum Teil nein

F21: S. 532 ja zum Teil nein

F = Frage S = Lösungsseiten



Matthias Sander
Marketing-Management
Märkte, Marktforschung und Marktbearbeitung

2. Auflage 2011
ISBN: 9783825282516
UTB 8251

Kommunikationspolitik**Lösungshinweise: Korrekt beantwortet: Eigene Lösungshinweise:**F1: S. 537 ja zum Teil neinF2: S. 541-545 ja zum Teil neinF3: S. 547 ja zum Teil neinF4: S. 547-550 ja zum Teil neinF5: S. 551-552 ja zum Teil neinF6: S. 553-558 ja zum Teil neinF7: S. 567-568 ja zum Teil neinF8: S. 571-572 ja zum Teil neinF9: S. 578-579 ja zum Teil neinF10: S. 586-587 ja zum Teil neinF11: S. 589 ja zum Teil neinF12: S. 603-604 ja zum Teil neinF13: S. 609-611 ja zum Teil neinF14: S. 611-614 ja zum Teil neinF15: S. 614-618 ja zum Teil nein

Lösungshinweise: Korrekt beantwortet: Eigene Lösungshinweise:

F16: S. 618-621 ja zum Teil nein

F17: S. 623-624 ja zum Teil nein

F18: S. 626-628 ja zum Teil nein

F19: S. 630-633 ja zum Teil nein

F20: S. 638-642; ja zum Teil nein
 S. 645-646

F21: S. 646-653 ja zum Teil nein

F22: S. 659-663 ja zum Teil nein

F = Frage S = Lösungsseiten



Matthias Sander
Marketing-Management
Märkte, Marktforschung und Marktbearbeitung

2. Auflage 2011
ISBN: 9783825282516
UTB 8251

Distributionspolitik**Lösungshinweise: Korrekt beantwortet: Eigene Lösungshinweise:**F1: S. 665 ja zum Teil neinF2: S. 666-668 ja zum Teil neinF3: S. 669-673 ja zum Teil neinF4: S. 674-676 ja zum Teil neinF5: S. 675 ja zum Teil neinF6: S. 676-682 ja zum Teil neinF7: S. 681-689 ja zum Teil neinF8: S. 693-695 ja zum Teil neinF9: S. 695-699 ja zum Teil neinF10: S. 702-704 ja zum Teil neinF11: S. 704-707 ja zum Teil neinF12: S. 707-709 ja zum Teil neinF13: S. 709-713 ja zum Teil neinF14: S. 713-718 ja zum Teil neinF15: S. 716-717 ja zum Teil nein

Lösungshinweise: Korrekt beantwortet: **Eigene Lösungshinweise:**

F16: S. 718-721 ja zum Teil nein

F17: S. 724-726 ja zum Teil nein

F18: S. 732-734 ja zum Teil nein

F = Frage S = Lösungsseiten



Matthias Sander
Marketing-Management
Märkte, Marktforschung und Marktbearbeitung

2. Auflage 2011
ISBN: 9783825282516
UTB 8251

Marketing-Mix

Lösungshinweise: Korrekt beantwortet: Eigene Lösungshinweise:

F1: S. 736-740 ja zum Teil nein

F2: S. 744-745 ja zum Teil nein

F = Frage S = Lösungsseiten



Matthias Sander
Marketing-Management
Märkte, Marktforschung und Marktbearbeitung

2. Auflage 2011
ISBN: 9783825282516
UTB 8251

3. Teil: 3 Marketing-Implementierung

Lösungshinweise zu den Wiederholungsfragen und -aufgaben auf S. 800

Lösungshinweise: Korrekt beantwortet: Eigene Lösungshinweise:F1: S. 767-770 ja zum Teil neinF2: S. 770-776 ja zum Teil neinF3: S. 783-785 ja zum Teil neinF4: S. 785-787 ja zum Teil neinF5: S. 787-788 ja zum Teil neinF6: S. 789-793 ja zum Teil neinF7: S. 794-796 ja zum Teil neinF8: S. 796-799 ja zum Teil nein

F = Frage

S = Lösungsseiten



Matthias Sander
Marketing-Management
Märkte, Marktforschung und Marktbearbeitung

2. Auflage 2011
ISBN: 9783825282516
UTB 8251

3. Teil: 4 Marketing-Controlling

Lösungshinweise zu den Wiederholungsfragen und -aufgaben auf S. 837

Lösungshinweise: Korrekt beantwortet: Eigene Lösungshinweise:

F1: S. 803-818 ja zum Teil nein

F2: S. 815-818 ja zum Teil nein

F3: S. 820-824 ja zum Teil nein

F4: S. 825-827 ja zum Teil nein

F5: S. 826-833 ja zum Teil nein

F6: S. 833-835 ja zum Teil nein

F7: S. 835-837 ja zum Teil nein

F = Frage S = Lösungsseiten



Matthias Sander
Marketing-Management
Märkte, Marktforschung und Marktbearbeitung

2. Auflage 2011
ISBN: 9783825282516
UTB 8251

3. Teil: 5 Marketing-Organisation

Lösungshinweise zu den Wiederholungsfragen und -aufgaben auf S. 884 f.

Lösungshinweise: Korrekt beantwortet:		Eigene Lösungshinweise:	
F1:	S. 839-840	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> zum Teil <input type="checkbox"/> nein
F2:	S. 841-843	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> zum Teil <input type="checkbox"/> nein
F3:	S. 843-847	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> zum Teil <input type="checkbox"/> nein
F4:	S. 848-850	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> zum Teil <input type="checkbox"/> nein
F5:	S. 851-852	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> zum Teil <input type="checkbox"/> nein
F6:	S. 853-855	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> zum Teil <input type="checkbox"/> nein
F7:	S. 855-858	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> zum Teil <input type="checkbox"/> nein
F8:	S. 858	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> zum Teil <input type="checkbox"/> nein
F9:	S. 859-870	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> zum Teil <input type="checkbox"/> nein
F10:	S. 871-875	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> zum Teil <input type="checkbox"/> nein
F11:	S. 876-877	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> zum Teil <input type="checkbox"/> nein

F = Frage S = Lösungsseiten



Matthias Sander
Marketing-Management
Märkte, Marktforschung und Marktbearbeitung

2. Auflage 2011
ISBN: 9783825282516
UTB 8251

4. Teil: 6 Human Resource Management im Marketing

Lösungshinweise zu den Wiederholungsfragen und -aufgaben auf S. 922

Lösungshinweise: Korrekt beantwortet: Eigene Lösungshinweise:F1: S. 887 ja zum Teil neinF2: S. 889-892 ja zum Teil neinF3: S. 891 ja zum Teil neinF4: S. 896-898 ja zum Teil neinF5: S. 898-901 ja zum Teil neinF6: S. 902-905 ja zum Teil neinF7: S. 908-913 ja zum Teil neinF8: S. 913-915 ja zum Teil neinF9: S. 915-916 ja zum Teil neinF10: S. 920-921 ja zum Teil nein

F = Frage S = Lösungsseiten



Matthias Sander
Marketing-Management
Märkte, Marktforschung und Marktbearbeitung

2. Auflage 2011
ISBN: 9783825282516
UTB 8251